



TITLE:

百貨店出張販賣の本質

AUTHOR(S):

堀, 新一

CITATION:

堀, 新一. 百貨店出張販賣の本質. 經濟論叢 1934, 38(6): 1210-1222

ISSUE DATE:

1934-06-01

URL:

<https://doi.org/10.14989/130452>

RIGHT:

京都市帝國大學經濟學會 經濟論叢

第六號

第三十八卷

昭和九年六月一日發行

論叢

不動產の登録税に就きて……………法學博士 神戸正雄
新勞銀基金說について……………文學博士 高田保馬

時論

現今の思想問題……………經濟學博士 作田莊一
滿洲問題と國民主義……………經濟學博士 石川興二

研究

生産増加と貨幣需要……………經濟學士 中谷實
北海道鯨定置漁業に於ける漁場動員……………經濟學士 岡本清造
景氣觀測について……………經濟學士 祭原光太郎

說苑

定航海傭船契約に於ける特約條項……………經濟學士 佐波宣平
百貨店出張販賣の本質……………經濟學士 堀新一

附錄

新着外國經濟雜誌主要論題
本誌第三十八卷總目錄

百貨店出張販賣の本質

堀 新一

一、百貨店出張販賣の本質的形態

小賣商業はこれを發展的に見れば行商形態が定住商業に先立つことは、各國に就いて云ふことが出来る¹⁾。定住商業のうち最も典型的なるものは百貨店であつてこれはその民衆の殿堂としての高壯なる容姿を一目見る者には何人にも肯ける所である。百貨店は從來顧客を自店に引付ける事を以て特徴とした²⁾。然し資本主義の發展に伴ふ企業相互の競争の激化と民衆の窮乏化は到底坐して顧客を待つを許さず、可及的に顧客に近接してその需要の喚起に努めざるを得ざるに至つた³⁾。かくて生れ出たのが出張販賣であり、通信販賣であり、支分店の増設であり、交通事業の百貨店との結託である。私は出張販賣を形態上より見て次の如く定義する。『自己の營業所以外の假設の店舗に於てなさるゝ短期小賣

形態なり』と。以下この定義に従つてその特徴をあぐれば次の如くである。

(一)出張販賣は自己の營業所以外の場所で行はるゝことを要す(出張地域)、(二)自己の營業所以外の假設の店舗で行はるゝことを要す(會場)、(三)出張販賣は短期の小賣形態であることを要す(期間)。

(一)出張地域 出張販賣は自己の營業所以外の場所に於て行はるゝ事が必要である。こゝに營業所とは營業上の活動の統一さるゝ場所的中心であり、營業の基本行為たる取引の行はるゝ所にして、繼續的に業務の行はる事が極めて重要な標識であり、之を百貨店に就て見れば商品を陳列し、直接顧客に接し、商品賣買の行はるゝ定住店舗を意味するのである。されば單なる仕入店とか一時的店舗の如きは私の意味に於ては營業所には含まれないのであつて、例へば三越の出張販賣は京都市等では仕入店に於て行はるゝ事が多いが尙出張販賣たるを失はない。

出張販賣は自己の營業所以外の場所なれば如何なる

1) 向井鹿松著、配給市場論 p. 515 Nystrom, Economics of Retailing p. 380 以下
 2) 上田貞次郎著、商工經營 p. 73
 3) 拙稿、百貨店出張販賣、通信販賣、連鎖店(經營研究昭和8年12月號)

場所で行はるゝかを問はない。然し一應市内出張と地方出張に分ち考へ得る所であつて、この兩者はその目的形式内容夫々異り、かの百貨店自制案に於ても、前の場合を含める意味で特に『市内及近郊に於て行ふものは出張販賣と看做す』との説明を附してゐる程であるが、私は單にこれを形態上より見れば尙出張販賣の概念に包含せしむるを得べしと雖も、後にも述べる如く、之を機能の上より考ふれば出張販賣の本質的機能は地方出張に於て發揮さるゝものなりと云はねばならぬと思ふ。地方出張と云つても今日では内地は勿論植民地にまでも及んで居るが、その廣狹遠近の如きは出張販賣の概念規定には敢て關係する所ではない。

(二)會場 出張販賣は自己の營業所以外の假設の店舗に於て行はるゝ事を要す。こゝに假設の店舗とは永續性繼續性定住性を有せしめざる意味に於て設けられたる販賣所の義にして、されば普通出張所と云はるゝものもこれが永續性繼續性を持つものなる時にはこゝに於て行はるゝ取引を私は出張販賣の概念の中に包含せし

めざるを妥當なりと思ふ。この意味に於て各百貨店が舟舶上に設けたる賣店、これを例へば昭和五年以降大平洋通の秩父丸へ三越、龍田丸へ白木屋、淺間丸へ高島屋が出張所を設けて、旅行用品日用品土産物等を販賣して居るが斯の如きは、敢て後に述べる如く機能の點に著目せずとも、たゞその販賣所が、勿論これは相對的な概念ではあるにせよ、多少永續的意味を持つて居る點から見ても之を出張販賣の概念の中に包含する説の支持し得ない事を知るのである。これに反し百貨店が特定の工場又は團體の依頼に應じ、又はバザーの開催せらるゝに當りその依頼に應じ、商品を販賣する場合に於ても假設の店舗を設けて之を行ふ限り出張販賣の形態を具備するものと云へよう。

出張販賣は必ず一定の假設の店舗又は販賣所を必要とし且主としてその販賣所に於て取引がなさるゝ事が必要である。消費者の門戸より門戸へ荷物を負ひ又は車に積み賣歩く事は小賣商業の最も原始的な一形態であつて、これに似た事は又、今日の百貨店に依つても

4) 拙稿、百貨店の植民地進出(經濟論叢昭和9年3月、4月號)
拙稿、植民地都市に於ける最近の百貨店問題(都市問題昭和9年6月號)
5) 有賀祿郎著、百貨店の跳躍小賣店の對策 P. 156-159
6) 向井者、前掲 P. 515

屢々行はれる所であり、和歌山市伊勢四日市市の如きはこの形式の販賣により相當影響を蒙る事を報じてゐるが、これも出張販賣の概念の中に包含せしむる者もあれども、^註上述の意味で販賣所を有せざる斯の如き形態を出張販賣の概念の中に含める事は適當でないと思ふ。

註 この訪問販賣とも云ふべきものに就いては前松屋宣傳部長前波仲子氏が面白く説明して居る。⁷⁾出張販賣に一寸變つたものがある。假に訪問販賣とも云はう。是は極小の出張販賣で、人員二三名が手車一臺に積める位の荷を持つて地方を巡回するのである。行く先行く先の町で先づ荷車を借り人夫を一人傭つて主なるお得意を訪問してその座敷で品を擲るのである。豫めその得意に願つて親類知人をその場と呼んでいたゞく。その得意の保證を貰へば貸賣もする、是らの人々の紹介で次々と訪ね歩くのである。……この潜航艇式出張販賣なら經費も些少で、その土地の小賣商の目にも留らず、効多く仲々面白い。但し大衆性に乏しくその品も兎角高級品のみになる缺點がある。是は市内の外賣法を地方に延長したものに過ぎないかも知れぬが出張販賣の一形態と立派に云へる」と。

出張販賣の會場としては劇場・旅館・寺院・クラブ・商品陳列所等々あらゆる場所が用ひられて居るが、これが繼續的な販賣所として用ひられるに非ざる限り如何なる場所たるを問はない、また何回同じ場所が用ひられるも支障ない。^註

註 出張販賣の最近の傾向としては顧客吸引の便宜上一商店の用ふる會場は多く毎回一定するに至つた。例へば神戸市では神港クラブが用ひられ、京都への三越の出張の場合には仕入店が用ひらるゝ如くであるが、これが繼續的な販賣所として用ひられるのでなければ出張販賣の概念に包含せしむるに何等支障はない。

(三)期間 出張販賣は短期間の小賣形態である。これは後にも述べる如く出張販賣の本質的機能より必然然らざるを得ないのであるが、然らば短期間なりや否やは何に就て云ふものであるかといふに、私は出張販賣利用可能區域を標準とすべきもので、要するに、出張地の側に就て云つたものにして出張店に就て云ふべきものではないと思ふ。今日百貨店の屢々行ふ巡回出張等では幾月にも互るものもあり、或は新潟丸小店等では

7) 前波仲子氏、百貨店の出張販賣(商店界昭和7年7月臨時増刊號)

8) 拙稿、出張販賣より見たる百貨店對小賣店の抗爭(經濟論叢昭和8年10月號)

獨立に出張販賣専門部を置き殆んど年中無休に之を行つて居る有様であるが、一出張地に就て見れば短期であり出張販賣の概念に包含せしむるに何等支障ないのである。然らば一地幾日を限度とするかといふに、これは該地の購買力・購買慣習・取扱商品種類等に支配される所であり、尙開店日に先立つ訪問日陳列日を持つものもあり、一概には斷定出来ないが、普通二、三日位であつて、尤も中には一、二ヶ月に亙るものもあるが期間の長きは決してその本質的な形態とは云ふ事が出来ない。この出張販賣が短期的な存在である事は、課税問題その他で種々の困難な問題を引起して居るがその可動性を尊ぶ本形態に於ては、¹¹⁾期間の短い事は重要な一標識でなければならぬ。

出張販賣は短期の小賣形態である。こゝに小賣形態といふは直接消費者を對手としてなさるゝ配給形態であつて、¹²⁾出張販賣が小賣商業的形態を備へるものである事は、これが主として百貨店その他小賣専門店により行はれつゝある事を見ても容易に想像さるゝ所であ

るが、勿論生産者卸賣人の直接販賣もこの形を採る事があり、この場合と雖も直接消費者を對手とする限り尙小賣形態たるを失はない。

(四)百貨店と出張販賣 出張販賣は上述の如く或は(イ)百貨店により行はれ、或は(ロ)小賣店(ハ)卸賣店(ニ)生産者により行はれ、或は(ホ)學校等の製品販賣販賣實踐等もこの形を採つて行ふ事が多いが、最も廣く行はるゝは百貨店のそれと小賣店のそれである。この中私はその取扱商品經營上の意義等より見て、後に述べる如く、百貨店により營まるゝのが最も合理的本質的形態であると考へるが、この場合當然問題となるのは私が百貨店の意義を如何に規定するか點である。然し百貨店の意義に就いては我が學界に於ても見解は區々であり、それは結局は或ものゝ本質を如何に觀るかの見解の相違に起因するのではあるが、¹³⁾この論議に關する考究は他日に譲るとして、こゝでは私は便誼上簡單にナイスソコム、クラーク等に従ひ「百貨店とは多種類の商品を部門に分ちて販賣する大規模小賣業である」と一義的

9) 但し8月20日より9月24日迄は毎年度休業といふ(新潟丸小店の回答)
 10) 拙稿、わが國に於ける百貨店出張販賣の發展(經濟論叢昭和8年6月號)
 11) 拙稿、百貨店の經營組織の特殊研究 p. 649.
 12) 谷口吉彦著、商業組織の性質(經營經濟研究第7冊)、百貨店の現在及び將來
 13) 平井泰太郎氏、百貨店形態の性質(經營經濟研究第7冊)、百貨店の現在及び將來
 (國民經濟雜誌第50卷第1號)松井辰之助氏、平井教授の百貨店説に就いて(經濟

に規定して置こう。これはわが國でも谷口教授の既に採らるゝ所であり、¹⁴⁾村本教授も亦略同様の定義を附して居らるゝ所であつて、たゞ便誼上これ等諸先輩の定義を借りたまで、私が百貨店の一義的決定に賛成してゐる意味でもなければこれを否定して居る意味でもなく、この點は一言斷つて置きたい。¹⁵⁾

然し極率直に私見を述べるなれば、私はこの多種類の商品は尤も衣食住に關する凡百の商品の意味には違ひはないが、尙 Shopping goods 特に呉服類を中心少くも最重要な取扱商品とすべきものであると思ふ。これはわが國では向井鹿松教授が説き水野祐吉氏又これを主張して居られる所であるが、これに對する「多種類の商品を排除せる」ものゝ如くに解せらるゝ村本教授の非難は當らないと思ふ。¹⁷⁾百貨店が呉服類を中心とすべきであるといふ主張は二つの根據から云ひ得るのである先づこれを(1)經營經濟的に見て、今日の呉服専門店は季節的業務の變動に苦しむ所であり、これを救ふ爲には必然副商品の導入は止むを得ない所であり、百貨店發生の經濟的意義もこゝに求めらるゝ以上、既に其處に呉服類が中心で他の商品は副業的機能を持つに過ぎない事情を知る事が出来る。百貨店形態が業務の季節的變動調節に大きな意義を持つ事はヒルシュ、キツチンゲル等も認める所であるが、これと呉服類

との關係は今日の百貨店が主として呉服店より起つて居る事獨乙語の、わが國でよく Warenhaus と同義に解する ¹⁹⁾ Karlfhaus の如き形態が各國に今日尙見られる事等よりも知る事が出来る。更に之を(2)社會經濟的に見ても各小賣形態の特徴を對比するに百貨店の機能は呉服類等 Shopping goods に最もよく發揮されて居る。蓋し日用品、食糧品等はキツチンゲル氏も云ふ如く顧客の住居附近に散在する事が必要であつて、たゞ百貨店でかゝる商品の求めらるゝのは他の Shopping good を購買した序に過ぎない。されば百貨店がかゝる商品で他の小賣形態と競争する事は到底不可能であり、かゝる社會的分業の事實は、²⁰⁾百貨店をして必然 Shopping goods 中心に赴かしめざるを得ない。

我等は既に百貨店の發生が呉服専門の不便を避けるためであり、これを社會的に見て小賣分野の分業の上から云つても百貨店が呉服類を中心とする事が是認さるべきを知つた。然る限り百貨店の取扱商品を單に多種類として平等に見る事は必ずしもその本質を明確に規定する所以ではない。從來の百貨店本質の規定は單に漠然外形より見て衣食住萬般に亘る多種類の商品なる言葉を使つたのであるが、我等を以てせば今日の百貨店は Shopping goods 特に呉服類を中心としてこそ初めて社會的にも經營的にも合理性を發揮し、その存在を主張出来るのであつて、從來の形式的本質觀に對し、特にその

時報第2卷第11號)百貨店の本質的意味經濟時報第2卷第12號)我國百貨店の將來(經濟研究第1卷第3號)

14) 谷口吉彦著、百貨店連鎖店小賣店問題 p.20.

Nystom, ibid. p. 124. E. Clark principle of marketing p. 218

15) 松井辰之助氏、百貨店の將來(經營研究第1卷第3號 p. 25.)

16) 水野祐吉著百貨店經營學 p. 4-10

機能の點より之を規定せんとする機能的本質觀とでも云ふべき出張を探らねばならぬ。²¹⁾

二、百貨店出張販賣の本質的機能

以上私は百貨店出張販賣の形式的要件に就いて一瞥し、百貨店の本質に關する私見を述べた。然らば百貨店出張販賣の社會的機能は何處に求むべきか。勿論百貨店出張販賣も一小賣形態である以上、直接消費者に接しその需要を充實するものにして、これを社會的に見れば、經濟生活の發展に伴ふ生産と消費の間の時間的人格的場所的分離克服の一端を負ふものである事は云ふ迄もないが、問題は百貨店の出張販賣が他の配給形態に比して如何なる點に他の追從を許さぬ特徴を持つてゐるかに存在する譯である。

私は百貨店出張販賣の社會的機能は地方の季節的需要の充實にありと考へる。今これを分説すれば次の如くである。

(一)百貨店の出張販賣は地方の需要を充實するものである。私は先に百貨店出張販賣の形式的要件を述べるに

百貨店出張販賣の本質

當つて、市内乃至郊外への出張もこれを形式的に見れば出張販賣の概念の中に包含さるべきを主張した。然しこれを機能の上より見れば百貨店所在の市内乃至その附近に於ける需要充實の如きは必ずしも出張販賣の本質的機能に屬するものではない。蓋しこれは百貨店の中心とする取扱商品に就いて一考すれば容易に了解さるゝ所にして、百貨店の取扱品は上田博士も云ふ如く「顧客が百貨店の方に行く」べきものであつて、²²⁾然る限り市内郊外に出張する如きは百貨店の本質とする所に非ず、かゝる範圍に於ては寧ろ顧客が百貨店に赴くべきである。さればかゝる市内郊外出張の場合には寧ろ日用品食糧品雜貨類が多く取扱はるゝのであるが、かゝる商品は前にも一言觸れ、他日詳論するであらう如く、敢て百貨店の出張を待つ必要なく、又百貨店の出張では少くも十分には充し得ぬ性質のものである。²³⁾これは主に市内百貨店の同市内並に郊外への出張の場合であるが、然らば百貨店の他の百貨店所在都市への出張例へばこれも後に研究する如く、大阪百貨店の

- 17) 村本福松氏、百貨店の意義を再検討す(經營研究第1卷第3號)
18) J. Hirsch, Die Bedeutung des Warenhaus in der Volkswirtschaft (Probleme des Warenhaus. S. p5 拙稿、百貨店の國民經濟上における意義(經濟論叢第36卷2號)
Otto Ketzinger, Warenhaus und Spezialgeschäft (Probleme des Warenhaus S. 98, 99) 拙稿、百貨店と専門店(經濟論叢第37卷2號)
19) 拙稿、百貨店と専門店

京都市への出張等の場合は如何、この場合出張百貨店と被出張地所在百貨店との間に商品の特質營業方針の相違等機能的分化の行はるゝ場合には尙出張販賣はその社會的機能を果たしつゝあるものと一應云へようが、百貨店出張販賣の本質的機能は最もよく百貨店非所在地に發揮さるゝ事に變りはない。この事は一面百貨店所在都市への出張が最近では漸次衰微の運命にある事を以ても知る事が出来る。百貨店出張販賣はかく地方主として百貨店所在の都市並にその郊外以外に於ける需要の充實にその機能を發揮し得るものである。蓋し今日の定住店輔を設ける事はその設立維持に極めて多額の費用を用する所にして、²⁴⁾それ自體社會的一浪費たるのみならず、その合理的發展には一定の限界があり、今日では一般に人口十萬以上の都市にして初めて可能であると云はれてゐる位であつて、²⁵⁾然るに一面地方の漸次的資本主義化は資本主義時代の一產物としての百貨店への關心を益々増大することゝなる。²⁶⁾百貨店の出張販賣は支分店設立の非合理性と地方消費者の

かゝる要求の増大との間に於ける隔離を克服すべく生れ、其所にその存在意義を有する一小賣形態といふ事が出来る。されば百貨店の出張販賣は地方に於てこそ初めてその合理的機能を發揮し得る所にして、かの市内出張の如き或は他の百貨店所在都市への出張の如きはその本質的機能に屬せないと云はねばならぬ。

(二)百貨店の出張販賣は季節的需要を充實するものである。蓋し我等の需要を(イ)日常需要(ロ)不定期的需要(ハ)定期的需要に分ちて考ふれば、出張販賣によりてはその性質上日常需要並に不定期的需要は之を充實する事は出来ない。僅にこれにより合理的に充實され得るのは歳暮中元地方年中行事季節變更期等のため引起さるゝ定期的需要のみであると云ふ事が出来る。²⁷⁾私はこの中特に季節的需要の充實こそ出張販賣の本質的機能であると思ふ。蓋し一般季節品店例へば呉服店等にありてはこれが専門店は假令之を設くるも需要の季節的變動より来る業務の繁閑に耐えざる所にして、外部的壓迫なくとも合理的經營の持續は到底困難とする所であつ

20) 谷口吉彦著、百貨店連鎖店小賣店問題 p. 86 以下
 21) 尙この點拙稿京都帝國大學新聞昭和8年12月4日所載參照
 22) 上田貞次郎著商工經營 p. 73
 23) Otto kztzinger a. a. O. S. 110, III
 24) 拙稿、百貨店の經營より見たる出張販賣の意義
 25) 小林八百吉氏、百貨店の將來(政治經濟時論第7卷第2號)

て、然るに百貨店にありてはヒルシユ、キッチンゲル等も指示せる如く平生かゝる業務の繁閑調節機能は十分之を備へて居る譯で、かゝる形態のものからその需要期に出張してこれを充實する事が最も合理的であると思ふ。又一面之を消費者より見てもかゝる季節的需要は永續的な定住店舗なくとも百貨店の如きの出張により充實さるゝに何等の不自由をも感ぜないのであるこれは食糧品日用品等の日常需要や不定期的需要充實の場合と大に異なる點であつて、かゝる需要にありては出張販賣が短期一時的なる關係上到底合理的に充實する事は不可能で、定住店舗による充實を待たねばならない。いま今日の出張販賣の状況を見るに、尤も季節品特に呉服類が中心ではあるが、その範圍はあらゆる商品に互つて居り、特に最近では商品種類増加の傾向は著しいが、²⁸⁾斯の如きは出張販賣の本質的機能を果す所以に非ず、特にその結果日用品店食糧品店が疲弊没落する如きは出張販賣が一時的短期的にして之をよく充實し得ない以上かゝる地方の需要充實は杜絶するわ

百貨店出張販賣の本質

けで、眞に憂ふべき結果を誘致するものと云はねばならない。²⁹⁾

三、百貨店出張販賣の分類

百貨店の出張販賣は種々の標準により分類する事が出来る。

- 一、出張地域による分類
 - (1) 市外並に郊外出張
 - (2) 地方出張 (イ) 全國的 (National) (ロ) 地方的 (Regional)
 - (ハ) 局部的 (Local)
 - (ニ) 植民地出張
- 二、出張時期による分類
 - (1) 定期的出張
 - (2) 随時的出張
- 三、取扱商品による分類
 - (1) 一般的
 - (2) 特殊的
- 四、出張方法による分類
 - (1) 單獨出張
 - (2) 巡回出張

(一) 出張地域による分類 百貨店の出張販賣はこれを營業所所在都市を標準として(1)市内並に郊外出張と(2)地

26) W. Sombert, Das Warenhaus ein gebilde des Hochkapistischen Zeitalers (Profil: eme des Warenchacy)

拙稿、百貨店の出張販賣に対する地方の反響(經營經濟研究第16冊)

27) 拙稿、百貨店の出張販賣と中小小賣店の問題(經營研究第2卷第2號)

28) 拙稿、わが國に於ける百貨店出張販賣の發展

29) 拙稿、百貨店の出張販賣と中小小賣店の問題

方出張とに分ち得る所にして、後者はその範圍の廣狹により(イ)全國的(ロ)地方的(ハ)地區的の三形態に分つ事が出来る。市内竝に郊外出張と地方出張とは單に外見に見れば距離の遠近に過ぎないが、かゝる事實は必然的に出張販賣の目的形式内容にも影響を持つて來る事となり、その結果この分類は相當重要なものと云はねばならぬ。市内郊外出張の場合はその目的から云へば『特定の工場又は團體又はバザー等の開催せらるゝ場合その依頼に應じて出張する』場合が多く、假令然らざるものも取扱品は食糧品雜貨日用品が主であつて季節品を主とする地方出張とは大いに異なるものあり、私の見る所に依れば、かゝる形態に於ける出張販賣はその本質的機能を果すものに非ずと云ふ事が出来る。これに反して百貨店の地方出張は先にも述べた如く、出張販賣の本質的機能に屬すべきものにして、この場合その出張範圍が全國に互る時には全國的出張販賣と云ふべきであるが、多くの大百貨店は本支店間に協定を設け(白木屋はこれなしと云ふ)、然らざるものも經費効

果の關係上多くは地方的地區的出張販賣の形をとり、今日では殆んどこれを見ざるに至つた³⁰⁾。地方的出張販賣は例へば近時大阪高島屋が大阪以西、東京三越が静岡以東信越地方をその受持區域とせる如く、その範圍が假令全國的ではないにせよ多數府縣に互るものを云ひ、地區的出張販賣とは一地方の一地區例へば一府縣又は一府縣内の一地方或は近接府縣のみに出張するものにして、地方百貨店例へば天滿屋・森屋・玉屋等は^{註一}^{註二}^{註三}この形態を採つて居るが、一流百貨店と雖も神戸三越^{註四}の如きはその出張は専ら兵庫縣下に限られて居る。又地方百貨店にして甚だ廣範圍の出張をなすこと新潟丸^{註五}小店の如きもある。

註一 例へば天滿屋(岡山)の出張を見るに(初回昭和六年十月岡山縣津山市)

時期	出張地	時期	出張地
昭和六年十月	津山市	昭和六年十一月	福山市
宇野町	昭和七年六月	津山市	
玉町	昭和七年七月	味野町	

註二 森屋(北海道)は(初回昭和六年八月北海道渡島國龜田郡戸井村)

30) 拙稿、わが國に於ける百貨店出張販賣の發展

時期 出張地 時期 出張地

昭和六年八月 戸井村 昭和七年五月 江差町

九月 森町 六月 伊達町

九月 木古内町 六月 福山町

九月 江差町 六月 福島町

十月 八雲町 六月 浦河町

昭和七年五月 森町 七月 江差町

註三 玉屋(八幡市)は(初回昭和七年一月福岡縣青屋町)

時期 出張地 時期 出張地

昭和七年一月 芦屋町 昭和七年二月 伊田町

中百町 三月 戸畑市

木屋ノ瀬町 四月 門司市

宮田町 行橋町

金田町

註四 神戸三越は(初回出張は昭和三年十月姫路地方)

時期 地名 時期 地名 時期 地名

昭和三年十月 姫路市 昭和五年五月 明石市 昭和六年五月 姫路市

龍野町 三木町 北條町

明石市 加古川町 山崎町

洲本町 姫路市 昭和六年十月 三木町

昭和四年十月 姫路市 豊岡町 相生町

高砂町 昭和五年十月 姫路市 明石市

百貨店出張販賣の本質

昭和四年十月 明石市 昭和五年十月 福知山町 昭和六年十月 姫路市

昭和五年五月 飾磨町

赤穂町

明石市

註五 新潟丸小店は出張地域最も廣くその範圍は東北より北

陸、關東、東海道にまで及んで居り、昭和二年より四年ま

では一組なりしが五年よりは二組となりその出張地は百餘

ヶ所に及んで居る。普通持出し荷物は約八噸初秋十三噸、

店員八九名、初秋十二三名で、一都市年三四回、有望都市で

は十回前後も出張するといふ。但し新潟より遠方程出張回

數は少くなり、東海道の知きは夏物で一回行くのみである。

該店の出張販賣は昭和二年四月より行つて居るが今その年

の七月までの状況によりその一端を示せば

時期 地名 時期 地名

昭和二年四月 新潟市 昭和二年六月 小樽市

長岡市 札幌市

會津若松市 弘前市

五月 山形市 能代町

米澤市 秋田市

新庄町 本庄町

仙臺市 鶴岡市

一ノ關町 酒田市

百貨店出張販賣の本質

昭和二年六月 盛岡市 昭和二年七月 高田市

〃 〃 八戸市 〃 〃 富山市

〃 〃 青森市 〃 〃 高岡市

〃 〃 函館市 〃 〃 金澤市

かくの如き地方出張の中には單に内地出張のみならず(3)植民地への出張をなすものもある。尤も普通植民地に於ける出張販賣といつても(イ)植民地百貨店の植民地内に於ける出張と(ロ)内地百貨店の植民地への出張の二つの型があるべきだが、前者は寧ろ地方的又は地區的出張販賣の範疇に入るべきで、私がこゝに植民地への出張として別のカテゴリーを設けたのは主として後者を指したのである。大阪三越大阪高島屋の臺灣への出張の如きはその一例と云ふ事が出来よう。³²⁾

(二)出張時期による分類 出張販賣はその時期の一定せるか否かにより(イ)定期出張(ロ)不定期出張に分つ事が出来るが、元來この場合定期不定期には三つの區別せらるべき標準を考へる事が出来る。一は一定出張地を標準として出張地の立場から見たる定期不定期で、一定時期に或商店の出張を期待出来るか否かによる區別で

第三十八卷 一二二〇 第六號 一四四

あり、二は出張百貨店を標準として、百貨店の立場より如何なる時期に行ふかゞ一定せるか否かによる區別であつて、この場合は更に(イ)出張地自體も一定せる場合と(ロ)出張時期のみで何處へ出張するかは未定の場合がある。三は社會的立場よりの考察にして某百貨店にとり或は某出張地にとり既定のものたるを否とを問はず、一般に客觀的に、定期的需要の充實に充てられるか否かによる區別である。例へば季節變更期に行はれる出張販賣は何店により又何處で行はるゝ出張販賣たるを問はず定期的出張販賣と見るが如し。私が出張販賣の機能を定期的需要の充實にありとなし且その範圍に於てのみその存続は許容さるべきなりとなすはこの第三の意味に就て云つたもので、現在では或は一地方の特殊事情に支配され或は百貨店の立場より百貨店側の事情に支配され業務閑散期又はストック滞積期等を選ぶもの等もあるが、これ等は必ずしも出張販賣の機能を果すものではないと云はねばならぬ。季節變更期等所謂社會的意味に於ける定期的需要の充實こそ地

31) 拙稿、百貨店の植民地進出
 32) 東京市政調査會編、最新日本都市年鑑(昭和8年用) p. 908.
 33) Otto Kltzinger, a. a. O. 110, 111
 34) O. to Kltzinger, a. a. O. S. 119
 35) 下關商工會議所編、調査と研究第1卷5號
 拙稿、わが國に於ける百貨店出張販賣の發展

これは出張販賣には極めて有利な形態であつて、前者は單獨出張に後者は巡回出張に適した形態といふ事が出来る。單獨出張は近距離への出張の場合に、巡回出張は遠距離特に地方的出張販賣の場合に最も屢々行はるゝ所であるが、近時の出張地域の擴大と經費節約の必要は、この巡回出張を發展せしめる大きな原因をなしてゐる。今巡回出張の一例として最近の東京三越の東北巡回の状況を見る。

昭和七年六月三越東北巡回日程(東京三越の回答)

場所	訪問日	陳列日	開店日	出發
千葉市	五月八日	九日	十、十一日	十二日
水戸市	十三日	十四日	十五、十六日	十七日
若松市	十八日	十九日	二十、一、二日	二十三日
山形市	二十四日	二十五日	二十六、七、八日	二十九日
秋田市	三十日	三十一日	一、二日	三日
盛岡市	四日	五日	六、七日	八日
仙臺市	九日	十日	十一、二、三日	十四日
		歸店		十五日

結 言

以上私は百貨店出張販賣の意義に就て考察し、その形式的要件を明かにし、その本質的機能に説き及んで實質的要件を明かにした。私を以てせば百貨店の出張販賣とは一應「百貨店が自己の營業所以外の假設の店輔に於て行ふ短期小賣形態にして主として地方の定期的需要の充實にその機能を發揮するものなり」と云ふ事が出来よう。そしてかゝる百貨店出張販賣の意義を確立し、その社會的本質的機能の那邊にあるかを研究する事は出張販賣の發展を知り、その對策を考究せんとする我等にとつては極めて必要なる一任務と云はねばならぬ。特に後にものべる如く從來の經濟政策的見地社會政策的見地を止揚して社會機能の見地とも云ふべき一の根本的見地より百貨店小賣店問題をみ、其對策を求めんとする我等にとつては、かゝる點に關する研究の必要は尙一層大きな意義あるものと云ふ事が出来る。終に種々の標準より出張販賣を各種の形態に分ち夫々の形態の特徴を明かにしたが、是又出張販賣の概念を明確化せしむる上に必要な事と思ふ。(五月四日)

を忘れず今日の實情を調査し、その本質を明らかにし、その機能を發揮するものなり」と云ふ事が出来よう。そしてかゝる百貨店出張販賣の意義を確立し、その社會的本質的機能の那邊にあるかを研究する事は出張販賣の發展を知り、その對策を考究せんとする我等にとつては極めて必要なる一任務と云はねばならぬ。特に後にものべる如く從來の經濟政策的見地社會政策的見地を止揚して社會機能の見地とも云ふべき一の根本的見地より百貨店小賣店問題をみ、其對策を求めんとする我等にとつては、かゝる點に關する研究の必要は尙一層大きな意義あるものと云ふ事が出来る。終に種々の標準より出張販賣を各種の形態に分ち夫々の形態の特徴を明かにしたが、是又出張販賣の概念を明確化せしむる上に必要な事と思ふ。(五月四日)